



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

Fiche marché

Italie

L'ITALIE

301 000 km²
dont 7 600 km de
côtes



Les grandes aires urbaines

- Milan
7,4 millions habitants
- Naples
4,2 millions habitants
- Rome
4 millions habitants
- Venise
3,4 millions habitants
- Turin
2,2 millions habitants

61 millions
d'habitants
*Pays densément
peuplé : 200
habitants au km²*

Près de 70% sont citadins

Environ 50% de la population habite le Nord du pays qui subit historiquement un **clivage Nord (régions riches)/Sud (retard économique)**.

Le pays compte plus de **11 millions de personnes âgées**, soit 1 habitant sur 5. Cette proportion pourrait atteindre 1 personne sur 3 d'ici 2050 si cette évolution démographique n'est pas inversée ou ralentie. Un Italien sur deux a plus de 46 ans.



22%

de la population a
plus de 65 ans

Prévision de
croissance :
+1%
+1,1% en France

Le pays est la **3^e économie de la zone euro**. Après avoir lourdement souffert de la crise de 2008, l'Italie **a renoué avec une faible croissance** en 2014 (+0,1%), qui s'est confirmée les années suivantes. Cette croissance se renforce par le dynamisme de la consommation privée, des créations d'emplois et une baisse du poids de l'endettement. Toutefois, le pays souffre d'une certaine instabilité politique depuis le référendum de décembre 2016 et la démission du Gouvernement Renzi.

58,4 millions de
départs à
l'étranger

Dotés d'un nombre de jours de congés modérés (20), le manque d'organisation suffisamment à l'avance est la principale raison évoquée par les Italiens de ne pas prendre toutes ses vacances (pour 26% des salariés). Cependant, 70% à 80% des Italiens partent en vacances, majoritairement en séjour d'1 semaine. **20% des vacanciers italiens voyagent à l'étranger.**

La France est la **1^{ère} destination étrangère des Italiens** pour les loisirs et les courts séjours, la **3^e** pour les séjours affaires. Les **3 principales destinations concurrentes de la France : Espagne, États-Unis, Allemagne.**



1^{ère}

destination
internationale
des Italiens

7,6 millions de
séjours en
France
*6^e clientèle
internationale de la
France*

7,6 millions de séjours pour **42,5 millions de nuitées**, l'Italie est le **6^e marché étranger** du pays en termes de nuitées hôtelières. Leur séjour type en France est de 6,2 nuits, entre juin et septembre.

Les Italiens optent majoritairement pour des séjours urbains. **64% utilisent leur voiture** pour venir en France et 16% l'avion (Destination France desservie par 12 compagnies aériennes). **1^{ères} destinations France : Paris, Disneyland et Côte d'Azur.**

Bassins
émetteurs

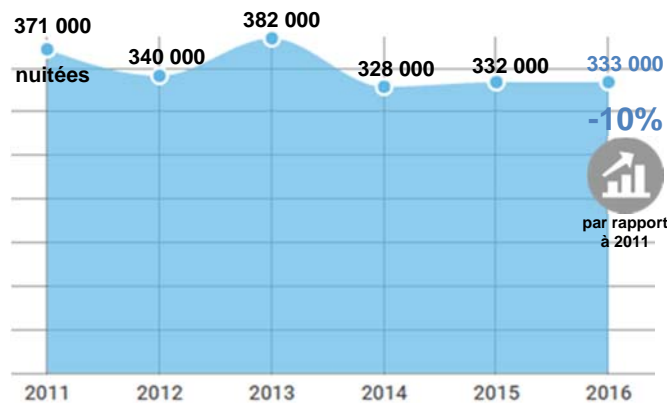
→ Lombardie,
Piémont,
Vénétie

→ Latium

→ Emilie-Romagne,
Toscane

MARCHÉ ITALIEN EN AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

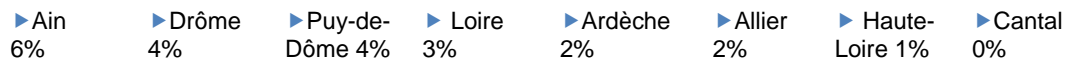
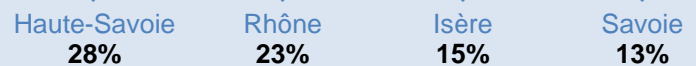
1^{er} mode
d'hébergement
en région :
l'hôtel
333 000 nuitées



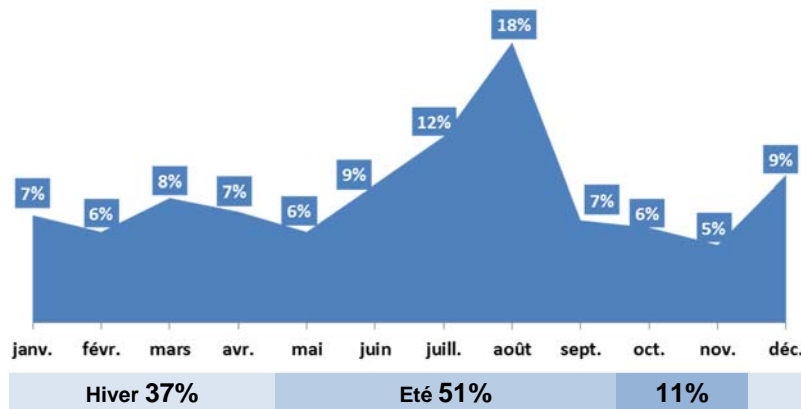
5^o clientèle
internationale
des hôtels en
région

Les Italiens constituent la 5^o clientèle dans les hôtels d'Auvergne-Rhône-Alpes avec 333 000 nuitées, soit **5% des nuitées internationales** en 2016. Après 3 années en dents de scie, le marché **se stabilise**. Près de 40 000 nuitées (-10%) ont été perdues en 5 ans, soit l'équivalent d'un mois de cœur d'été. En cumulé sur les 6 premiers mois de l'année 2017, la fréquentation enregistre +13% par rapport à 2016.

Top 4 départements de
séjours : 8 nuitées sur 10



Campings +
hôtels =
370 000 nuitées



1 nuitée sur 5
en août

Taux
d'intermédiation*
10%
Seniors : principaux clients des agences de voyages, référent fiable, conseiller, s'épargner du temps et de l'argent

TOP PROGRAMMATION

- ➔ Oenotourisme
- ➔ Ecotourisme
- ➔ Montagne en été
- ➔ Tourisme nocturne (ex : Fête des Lumières à Lyon, ...)
- ➔ Savoir-faire

+ DE 10 TO ITALIENS PROGRAMMENT LA RÉGION



*Part des séjours vendus via un intermédiaire (tour opérateur, agence de voyage, agence de vente en ligne...)

PROFIL DES TOURISTES ITALIENS

Particularités de la culture italienne

- La poignée de main est habituelle et le tutoiement facile.
- Conviviaux et spontanés, ouverts, expansifs, sociables et bavards, les Italiens ont le sens de la fête et apprécient les animations nocturnes.
- Apprécient le professionnalisme et la cordialité.
- Les apparences sont importantes pour les Italiens.
- Le rituel du café fait partie intégrante de la culture italienne. Les premiers cafés européens ont ouverts à Venise à partir de 1683.
- Autre rituel, la passeggiata : promenade avant le dîner.
- Fréquentation de l'église relativement faible, mais influence de l'église encore élevée.

19% des Italiens



sont francophones.

Les Italiens et le digital



- 66% d'utilisateurs internet
- 83% se connectent tous les jours
- 46% ont acheté un produit ou un service en ligne dans les 30 derniers jours

69% des recherches effectuées par les appareils mobiles italiens se font grâce à des applications, plutôt que le navigateur (31%). Près de 100% des Italiens apportent au moins un appareil mobile en voyage (accès à l'information, aide à la visite... en italien !)



- 52% d'actifs sur les réseaux sociaux
- 2 heures par jour en moyenne



Les Italiens partagent facilement leur opinion et leurs vacances sur les réseaux sociaux. 1/3 regardent quotidiennement des vidéos en ligne. Youtube est le 1er réseau social.

La qualité avant la quantité

Ils recherchent des prestations personnalisées, en y mettant le prix si le service est de qualité, quitte à réduire la durée du séjour.

Couples



Connaisseurs et amateurs des destinations culturelles

Familles



Groupes d'amis



Apprécient les animations nocturnes

PARCOURS CLIENT DES TOURISTES ITALIENS

Choix de la destination en recherchant les meilleures offres

- Les touristes italiens sont à l'affût d'opportunités pour s'offrir un week-end ou un court séjour lors des ponts de printemps ou d'automne.
- Ce sont surtout les femmes qui font le choix de la destination.
- Ils sont sensibles à la notion de sécurité.

3 VECTEURS DE CHOIX

Presse / Magazines



Sites d'avis & Réseaux sociaux



Site hébergement / destination



Périodiques, quotidiens et relais d'opinion on-line :
1^{ers} relais d'opinion auprès du grand public et des professionnels.

Critères de choix pour l'hébergement

Les achats sur les plateformes de réservation entre particuliers progressent

1

Prix



2

Propreté



3

Proximité centre-ville



CRITERES SECONDAIRES

Wifi

Douche plutôt que baignoire

Services enfants pour les familles

Note et commentaires positifs

Promotions

Réservation
1 mois avant le départ et dernière minute

- Une fois la destination choisie, plus de la moitié des voyageurs italiens (62%) prennent la décision finale dans la semaine de la réservation. L'Italie détient le **record en Europe des réservations de dernière minute**.
- 45% des séjours sont réservés en direct et 1/3 par internet. .

ATTENTES DES TOURISTES ITALIENS

- Partagent facilement leurs impressions sur les réseaux sociaux, la moitié d'entre eux y partagent des avis ou photos.

THÉMATIQUES APPRÉCIÉES PENDANT LE SÉJOUR

Profiter du patrimoine
Se reposer

Visites de sites culturels et patrimoniaux



Monuments, châteaux, églises
Musées, manifestations culturelles
Villes, villages et cités de caractère
Villes d'art et d'histoire
Marchés, brocantes

Visites gourmandes & Oenotourisme



Montagne l'hiver



- Préfèrent la garniture servie dans une assiette à part.
- Eviter de servir des pâtes avec le plat principal. Ils n'aiment que les pâtes « al dente » et ne les aiment pas nature.
- Proposer des poissons et fruits de mer.
- Changer les couverts entre chaque plat.

Amateurs de viennoiseries et de pâtisseries françaises

Petit déjeuner 7h - 9h

Expresso ou cappuccino

Léger sucré ou continental

Les plus jeunes consomment des céréales avec du lait

Pause-café 10h - 11h

Expresso ou cappuccino avec brioche ou sandwich

Déjeuner 12h - 14h

Formule 1 ou 3 plats
Café

Pause d'une heure

Dîner 19h30 - 21h30

Léger

Formule
Plat + dessert

Boissons : bière ou vin, eau gazeuse, soda

Un accueil en italien est un vrai plus

Parler italien

Bon rapport prestations / prix

Rapport qualité/prix, restauration

Trouver des informations pratiques en italien



Authenticité

Les rassurer sur les tarifs, la durée du trajet, les horaires...

NOTES

Une équipe dédiée aux marchés étrangers à votre écoute
pour vous accompagner et mieux répondre aux attentes des voyageurs italiens



Emmanuelle Collin

Market development manager
e.collin@auvergnerhonealpes-tourisme.com



Irène Tronchet

Marché italien
i.tronchet@auvergnerhonealpes-tourisme.com

ITALIE

Le marché italien

61 millions d'habitants
52% d'actifs sur les réseaux sociaux



Youtube



Facebook

Opinion et vacances partagées facilement sur les réseaux sociaux

58 millions de voyages à l'international

Le tourisme des Italiens en France

7,6 millions de séjours en France

France : 1^{ère} destination internationale des Italiens

6[°] clientèle internationale de la France

Le profil des touristes italiens

Couples, connaisseurs et amateurs des destinations culturelles

Familles, groupes d'amis

Sensibles au rapport qualité-prix et à l'authenticité

Amateurs de prestations personnalisées, la qualité avant la quantité

Les rassurer sur les tarifs, la durée du trajet, les horaires...

Le tourisme des Italiens en Auvergne-Rhône-Alpes

370 000 nuitées en 2016

Hiver 37%

Été 51%

Automne 11%

Hôtels

5[°] clientèle internationale des hôtels

333 000 nuitées en 2016

-10% en 5 ans

Janvier à Juin 2017 : +13% / 2016

Campings

8[°] clientèle internationale des campings

35 000 nuitées en 2016

-11% en 5 ans

**Top
fréquentation**

> Oenotourisme

> Ecotourisme

> Montagne en été

> Tourisme nocturne (Fête des Lumières à Lyon, ...)

Tendances

Connaisseurs et amateurs des destinations culturelles



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

Conception et réalisation :

Pôle Ingénierie, Stratégie, Prospective – Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme

Sources :

Atout France, DGE, INSEE - Enquête Hôtellerie, Eurostat, Italian National Institute of Statistics, ISTAT – BANCA D'ITALIA, DGTRESOR, Harris Interactive/Expedia.com, Expedia / Egencia, 2017 Digital Yearbook, KAYAK.it